

<<客户关系管理实务>>

图书基本信息

书名：<<客户关系管理实务>>

13位ISBN编号：9787302215806

10位ISBN编号：7302215804

出版时间：2010-2

出版时间：清华大学出版社

作者：李文龙

页数：223

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<客户关系管理实务>>

前言

本书定位于客户关系管理的技术应用，在分析客户关系管理“岗位群”的典型工作任务的基础上，采用工作过程描述的方式，确定了构成职业能力的工作任务的总和，形成综合能力的行动领域，用职业能力描述学习目标，用工作任务陈述学习内容，确定了本书的学习领域：个体户客户关系管理、小企业客户关系管理、中型企业客户关系管理。

每一个学习领域都是完整的工作过程，遵循职业成长规律和认知学习规律。

为便于学习，本书设计了八个学习情境，这些学习情境呈递进关系，每个学习情境包含了若干任务，每个任务都反映了一个完整的“资讯—计划—决策—实施—评价—检查”过程。

在本书的所有教学实践中采用了源海客户关系管理软件及SAP Business One两个软件工具，其中源海客户关系管理软件可从<http://www.yuanhi.net>下载，免费使用一个学期。

本书按照“三个学习领域，两个工具”的思路进行教学设计，以中小型企业的客户关系管理的工作过程作为本课程设计的主线索，贯穿本课程的全程教学环节。

图0-1基于工作过程导向的情境设计就是本书的主题结构设计图。

<<客户关系管理实务>>

内容概要

本书按照“工学结合”人才培养模式的要求，采用“基于工作过程导向—工作过程系统化课程”的设计方法，以工作过程为导向，以项目和工作任务为载体，进行工作过程系统化课程设计，将教材所涉及的内容分成若干个具体的技能和任务，组成完整的管理学原理课程体系，既贯彻先进的高职理念，又注意教材的理论完整性，以使具备一定的可持续发展能力，较好地实现了高职教材一直提倡但又难以实现的“理论必需、够用”的要求。

本书在分析客户关系管理“岗位群”的典型工作任务基础上，采用工作过程描述的方法，将客户关系管理所涉及的工作任务分为项目简介与资源配置、客户关系管理战略规划、寻找潜在客户、客户信息管理、客户体验与沟通、销售机会管理、客户服务和项目总结共八个学习情境，旨在帮助读者掌握客户关系管理的技术应用。

本书可作为高职高专院校经济管理类相关专业学生的教材，也可作为高职高专院校工科类相关专业和在职人员的培训教材。

<<客户关系管理实务>>

书籍目录

学习情境一 项目简介与资源配置 任务一 项目背景描述与能力要求 任务二 CRM软件安装及配置 实训1-1 基本结构 实训1-2 员工管理及权限配置学习情境二 客户关系管理战略规划 任务一 客户关系营销方案设计 任务二 产品(服务)市场需求调查表设计 任务三 营销产品(服务)的软件管理 实训2-1 供应商管理 实训 实训2-2 产品(服务)项目 实训 实训2-3 客户需求调查表设计学习情境三 寻找潜在客户 任务一 谁是你的潜在客户 任务二 寻找潜在客户的基本方法 任务三 接近潜在客户 实训3-1 做一份客户需求分析报告 实训3-2 做一次电话拜访学习情境四 客户信息管理 任务一 建立客户档案 任务二 客户分析 任务三 客户细分 实训4-1 客户信息录入 实训4-2 客户信息Excel导出与导入学习情境五 客户体验与沟通 任务一 客户体验 任务二 客户联系及记录 任务三 客户需求及记录 实训5-1 客户联系及记录 实训 实训5-2 客户需求及记录 实训学习情境六 销售机会管理 任务一 销售机会活动 任务二 销售订单及记录 实训6-1 销售机会管理 实训学习情境七 客户服务 任务一 客户服务体系 任务二 正确处理客户抱怨 任务三 客户服务中心 实训7-1 客户服务流程图设计 实训7-2 服务合同和客户服务跟踪卡处理 实训7-3 高校呼叫中心解决方案学习情境八 项目总结 任务一 CRM系统的功能总结 任务二 CRM项目总结附录 SAP BUSINESS ONE安装参考文献

<<客户关系管理实务>>

章节摘录

插图：某画框企业客户关系管理解决方案2001年，正值我国画框业蓬勃发展初期，笔者曾有机会参与了某画框企业客户关系管理解决方案的工作。

当时该画框企业外贸订单供不应求，但内部管理却相对滞后，如对新品开发样品/多规格型号产品管理无序、交付不及时、内部员工职责范围不清、顾客不满意、市场开发成本高等问题一直妨碍企业的进一步发展。

方案解决小组经过多方深入了解、多次讨论，将方案的解决重点集中在如下几方面：（1）客户资料零散问题。

客户资料，尤其是潜在客户资料，主要来源于展览会、网站搜集、邮件、电话、传真等多种渠道，通常情况下，所获得的潜在客户资料由每个业务人员自行保管，客户资料没有集中归类查询统计，主管难以及时获得客户资源的最新信息，客户资料容易遗失。

（2）业务员变动问题。

人事变动是企业发展中的正常现象，但如果业务员变动导致客户资料遗失、历史记录遗失、恶意离职等情况发生，则业务跟进难于继续进行，使业务断层或降低服务效果。

（3）客户归属问题。

公司业务人员之间在销售过程中会出现有意或无意争抢同一个客户的现象，使主管很难调解，也无从考证客户归属，产生内部矛盾并对公司业务造成严重损害。

（4）产品品种及规格型号多。

产品品种或型号较多且新产品不断增加，很多业务员将主要精力放在产品规格型号的记忆上，即使这样，仍有报错产品型号及价格的情况，使业务员十分被动，企业效益也受影响。

（5）客户曾经沟通过什么的问题。

该企业业务员或客服业务十分繁忙，业务经理的工作就更加繁重，某客户曾经提出过什么需求，有过什么建议及投诉，上次同客户谈过什么等，业务员们可能已记不清楚或记忆混乱了，再加上还需记忆企业不断增加的产品品种和型号，使得业务员、客服人员及经理们可能会忙中出错，比如忘了回复客户、下错单、报错价、送错样品、忘了向上汇报等情况都时常出现。

后来笔者也到过其他企业工作或咨询，发现这些问题不是一个企业的个别问题，很多企业也遇到过这些问题，也为此头痛。

笔者相信，大多数读者也会有同感，特别是与销售等业务相关经历的人员更会有同感，当然这些读者可能还包括你在内，现在假定你就接到或主动找到一个类似项目任务，处于一个实际情境中，为此你将获得一系列的体验。

假设你作为一家小公司的业务经理，正负责公司的某产品（如软件产品）推广应用。

因公司规模较小，推广费用有限，你在经过体验CRM软件的安装与使用后，将开展以某件产品营销活动为主线，积极为本公司的客户关系管理活动进行实务操作，在操作过程中你将逐渐学习到一些以前未学到的知识与技巧，包括客户价值、客户满意度、客户忠诚度、机会管理、数据挖掘、知识管理等知识，以及软件安装、数据库安装、客户沟通、CRM软件操作与应用、数据库营销、关系营销、客户服务等技术。

在本项目中，通过对业务需求的了解和对客户关系管理的职业岗位进行分析，在深入理解了职业能力需求的基础上，你将完成以下三个子任务（如开展其他情境项目，你可依照上述描述自行设计）。

任务1：确定客户关系管理项目背景及解决方案请你确定中小企业的营销特点、可能出现的问题描述？

其项目背景是什么？

解决方案是什么？

任务2：职业岗位分析对应企业客户关系管理的职业岗位，到底有哪些？

请根据企业实际需求了解与分析。

任务3：职业能力需求根据现有企业的实际了解，本书定位于客户关系管理的技术应用，而对应的客户关系管理岗位及能力需求是什么？

<<客户关系管理实务>>

请你将所调查的客户关系管理岗位所对应的能力点进行列表分析。

<<客户关系管理实务>>

编辑推荐

《客户关系管理实务》特色：体现最新的高职教育理念。

按照“工学结合”人才培养模式的要求，采用“基于工作过程导向—工作过程系统化课程”设计方法，进行工作过程系统化课程设计。

以实际的客户关系管理工作流程为导向，进行学习领域的整体设计和学习情境的设计，帮助学生学会每个工作任务所涉及的主要原理与方法。

任务驱动式学习模式。

根据实际的企业客户关系管理工作情况与要求，将具体岗位工作内容设计成“工作任务”。

学生在任务驱动下进行学习，强调学习的主动性。

技能训练与职业资格培训相结合。

《客户关系管理实务》设计的工作任务所需技能及其训练方法符合职业资格证书考试的要求，有助于学生轻松考取相应的职业资格证书。

采用学校与企业联合开发教材的模式。

编者队伍具有丰富的企业实践经验和教学经验，教材内容及所设计的项目和工作任务贴近企业工作实际。

《客户关系管理实务》中使用的源海客户关系管理软件可从<http://www.yuanh.net>下载，并免费使用一个学期。

体现工学结合的人才培养模式要求以工作过程导向为指导设计内容体系任务驱动式教学模式的全新体验

<<客户关系管理实务>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>